
UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

First Semester Examination
Academic Session 2010/2011

*Peperiksaan Semester Pertama
Sidang Akademik 2010/2011*

November 2010

YBP 325E – Creative Communication Production
Penerbitan Komunikasi Kreatif

Duration: 2 hours
Masa: 2 jam

This examination paper consists of **TWO (2)** pages of printed materials.
Kertas peperiksaan ini mengandungi DUA (2) muka surat bercetak.

You may answer questions either in Bahasa Malaysia or in English.
Anda dibenarkan menjawab soalan sama ada dalam Bahasa Malaysia atau Bahasa Inggeris.

Answer **DUA (2)** questions.
Jawab DUA (2) soalan.

Each question carries 100 marks.
Setiap soalan bernilai 100 markah.

In the event of any discrepancies, the English version shall be used.
Sekiranya terdapat sebarang percanggahan pada soalan peperiksaan, versi Bahasa Inggeris hendaklah diguna pakai.

1. Explain what a problem is, and describe the different categories of problems. In conducting a situational analysis to determine problems, what are the approaches that can be used? Provide relevant examples in explaining the different approaches.

Jelaskan apa yang dimaksudkan dengan masalah dan huraikan kategori-kategori masalah yang berbeza. Dalam menjalankan analisa situasi untuk menentukan masalah, apakah pendekatan-pendekatan yang boleh digunakan? Berikan contoh-contoh berkaitan di dalam menjelaskan setiap pendekatan.

2. What are the key advantages of the qualitative method in researching your audience? Using your group project as an example, which specific qualitative method(s) is/are advantageous in researching your audience and why?

Apakah kelebihan utama kaedah kualitatif dalam menjalankan penyelidikan ke atas khalayak? Dengan menggunakan projek kumpulan anda sebagai contoh, kaedah kualitatif manakah yang memberikan kelebihan dalam menjalankan penyelidikan ke atas khalayak.

3. Discuss the differences between message strategy, message appeal and message execution style. Discuss how these concepts are applied with examples to a commercial advertisement and a social campaign.

Bincang perbezaan antara strategi mesej, rayuan mesej dan gaya perlaksanaan mesej. Huraikan aplikasi konsep tersebut dengan merujuk kepada satu contoh iklan komersial dan satu kempen sosial.

4. Many health behaviour change models focused on the concepts of perceived threat, self- efficacy and social norms. Discuss the definition and applications of these concepts in message strategy development.

Beberapa model perubahan perilaku kesihatan telah memberi fokus kepada konsep seperti persepsi ancaman, keyakinan diri dan norma sosial. Bincangkan definisi dan aplikasi konsep-konsep untuk pembentukan strategi mesej.